



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Berikut adalah kedudukan dan koordinasi dari pekerjaan penulis selaku *copywriter* yang sedang menjalankan proses dan program kerja magang selama berada di perusahaan PT. WHIM Management Indonesia:

3.1.1. Kedudukan

Kedudukan penulis di PT. WHIM Management Indonesia adalah sebagai *copywriter intern* yang berada di divisi konten kreatif dalam pembuatan *script* untuk basis konten video, dimulai dari tahap *ideation/brainstorming* sampai tahap pra-produksi agar kemudian dapat disalurkan ke tim produksi sebagai panduan dalam pelaksanaan *treatment* konten video yang sesuai dengan *creative brief* dari klien, dan atasan atau supervisi divisi.

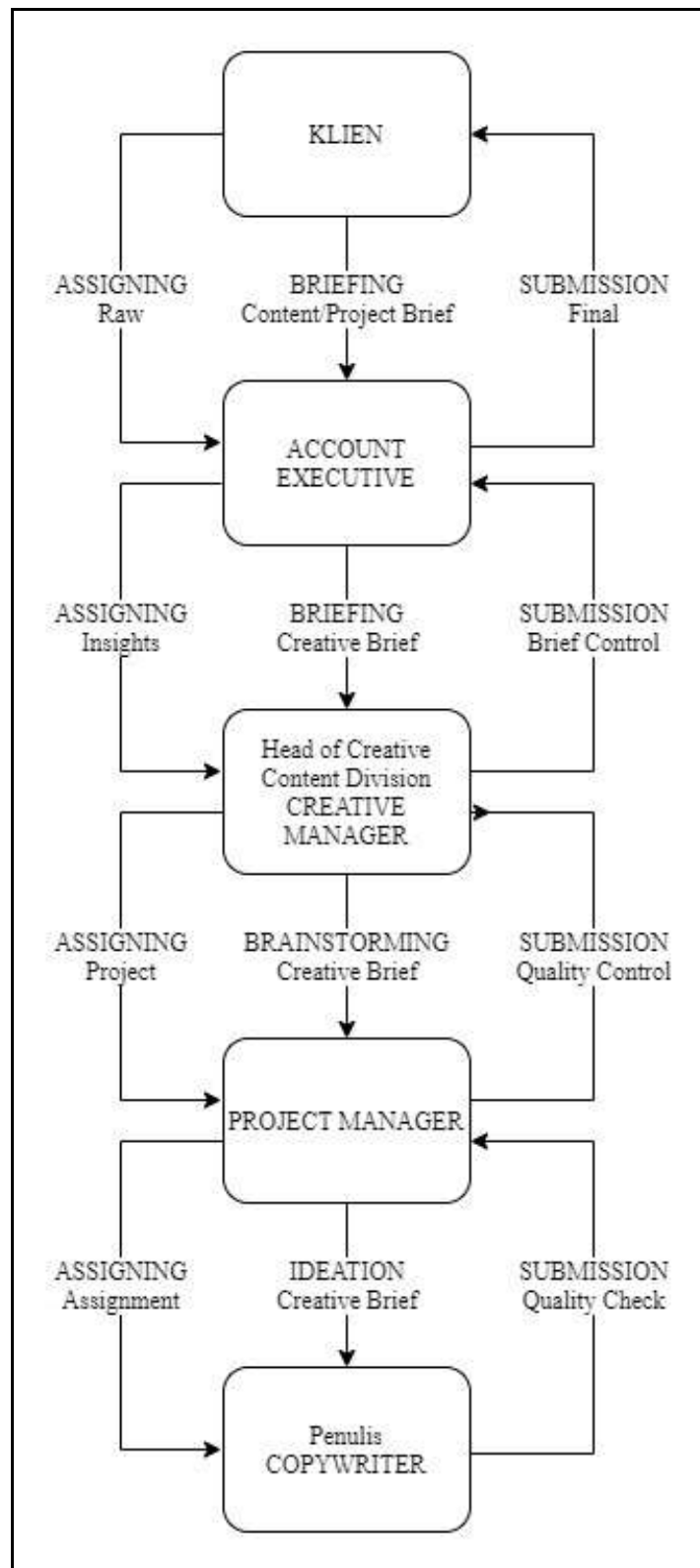
Copywriter mengerjakan sebuah *copywriting*, dan arti dari *copywriting* ini dijelaskan oleh Shaw (2012) sebagai komunikasi dalam cara yang orisinal dan bukannya menyalin. Penulisan kreatif untuk bisnis dan *copywriting* sendiri adalah bagian penting dari desain komunikasi campuran dalam menyampaikan pesan ke setiap produk dalam konteks bisnis. *Copywriting* dapat menggunakan atau meminjam keahlian dari penulisan novel, sajak, dan jenis penulisan lainnya untuk memperkuat *copywriting* itu sendiri. Tetapi, *copywriting* tetap berbeda dari jenis-jenis penulisan lain yang itu karena *copywriting* adalah jenis pekerjaan yang memiliki tenggat waktu, kejelasan pesan yang harus disampaikan, dan pemahaman dalam bisnis dan *marketing* karena itu menjadi modal dalam menyuarakan jiwa dari setiap *brand* yang dipasarkan (hlm. 10-11). Gabay (2005) sendiri menjelaskan bahwa *copywriting* bukan hanya sebuah penulisan, tetapi juga menyampaikan pesan yang sampai pada hati dan

pikiran pasar dengan membangun jembatan antara apa yang dipasarkan dengan apa yang dibutuhkan konsumen (hlm. 6).

3.1.2. Koordinasi

Koordinasi yang dilakukan penulis selalu berdasarkan alur kerja yang sistematis dan bersinergi antar masing-masing kolega dan kepala-kepala divisi dengan *creative brief* sebagai panduan. *Creative brief* dijelaskan oleh Shaw (2012) sebagai asal dan alasan sebuah *copywriting* yang baik. *Copywriting* yang baik berasal dari *brief* yang didapat dari proses aktif dan bukannya pasif, karena *brief* ini menjadi suatu aspek dari proses komunikasi. *Creative brief* yang baik berisikan tiga elemen penting yang adalah; profil dan persona dari *target audience*, klarifikasi dari inti pesan yang akan dikomunikasikan, dan alasan penting mengapa *target audience* tersebut seharusnya tertarik dengan apa yang dipasarkan oleh sang *copywriter* (hlm. 25). Gabay (2005) membantu penjelasan tentang pentingnya *creative brief* yang baik dalam pembuatan *copywriting* yang baik, karena *brief* membantu dalam mensortir dan memisahkan fakta yang faktual dengan opini personal. *Brief* membantu fokus dari sebuah *copywriting* (hlm. 11-12).

Brief atau *creative brief* inilah yang menjadi perintah dan panduan bagi penulis dalam bekerja sebagai *copywriter* dalam proses magang selama di PT. WHIM Management Indonesia, dan *creative brief* ini juga berpengaruh dan menjadi panduan seluruh tim dan divisi PT. WHIM Management Indonesia, dari struktur atas perusahaan hingga ke bagian-bagian yang bawah, dalam setiap proyek-proyek dan masing-masing konten yang dibuat PT. WHIM Management Indonesia. *Creative brief* menjadi sesuatu yang diberikan dari klien dan mewakilkan permintaan dan keinginan mereka atas apa yang akan PT. WHIM Management Indonesia kerjakan dan hasilkan sebagai bentuk dan hasil dari produk dan jasa dari PT. WHIM Management Indonesia kepada klien.



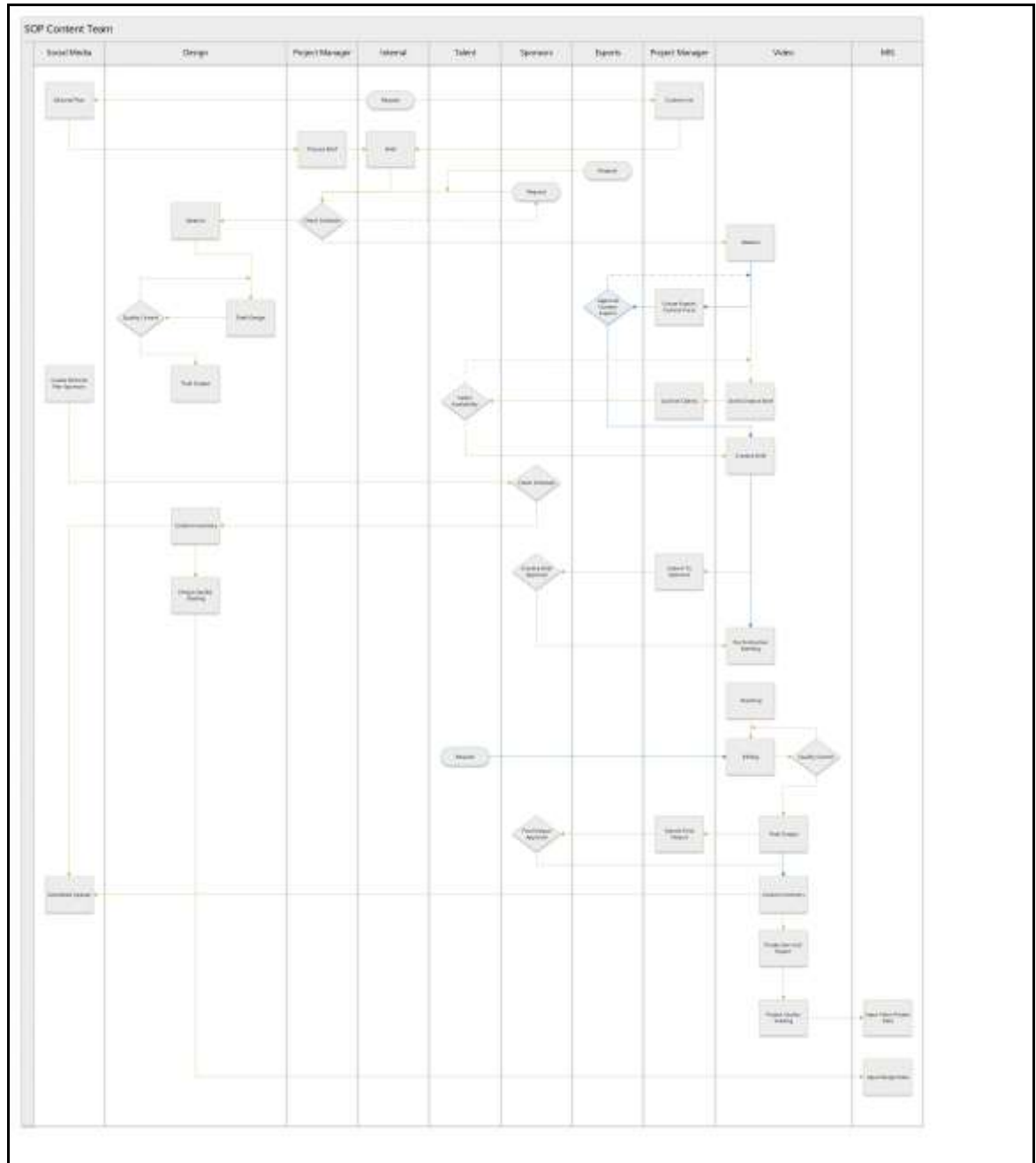
Gambar 3.1.2.1. Alur dan Denah Koordinasi Pekerjaan dari Klien sampai ke *Copywriter*.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Penulis, selaku *copywriter*, akan menerima *creative brief* dari *supervisor* (*Creative Manager* dan/atau *Project Manager*), yang di mana mereka sendiri mendapat *creative brief* dari kepala divisi *Account Executive* dan anggota divisi lainnya serta atasan perusahaan yang mendapatkan *brief* awal tersebut dari klien. *Creative brief* tersebut kemudian disalurkan ke masing-masing divisi sesuai porsi dan *jobdesc* masing-masing karyawan dalam proses *assigning*/pemberian tugas. *Copywriter* akan mengerjakan pekerjaan tersebut sesuai dengan *creative brief* yang sudah diberikan *treatment* lewat *ideation* dan *brainstorming* bersama-sama dengan tim hingga konsep disepakati. Kemudian, memasuki tahap *submission*/submisi tugas dan hasil pekerjaan yang akan dilakukan *quality control/check* agar bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya oleh divisi dan karyawan lain sesuai dengan *jobdesc* masing-masing.

Selain alur atau denah sederhana yang digambarkan oleh penulis pada Gambar 3.1.2.1. di atas, PT. WHIM Management Indonesia sendiri juga memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) tersendiri untuk setiap jenis pekerjaan dan proyek yang ditugaskan kepada masing-masing divisi dan tim yang ada di perusahaan PT. WHIM Management Indonesia. *Standard Operating Procedure* (SOP) ini menjadi panduan alur dan tahapan yang harus dilalui dan dilaksanakan secara berurutan agar alur pekerjaan setiap divisi, tim, dan masing-masing individu atau karyawan tetap mendapat arahan yang jelas, rapi, dan tidak berantakan atau *overlap*. *Overlap* terjadi ketika salah satu atau beberapa pihak melanggar *Standard Operating Procedure* (SOP) yang sudah ditentukan, disepakati, dan dipahami. Akibat dari pelanggaran *Standard Operating Procedure* (SOP) atau *overlapping* ini adalah terjadinya kekacauan atau mungkin sedikit gangguan pada proses *assigning* dari klien hingga ke setiap orang yang bertugas dalam *jobdesc* masing-masing.

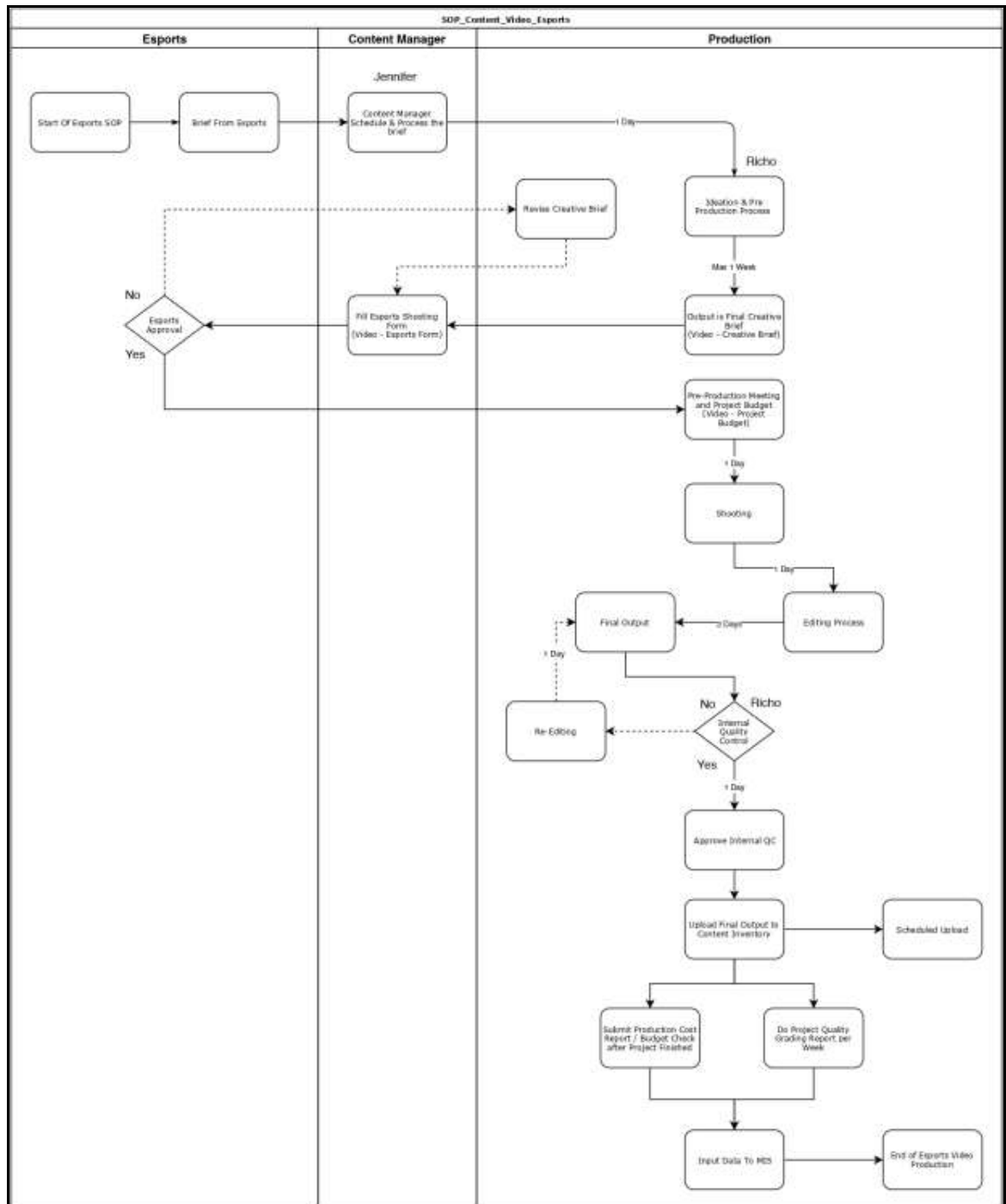
Berikut adalah *Standard Operating Procedure* (SOP) PT. WHIM Management Indonesia:

a. *Standard Operating Procedure (SOP) Content Team.*



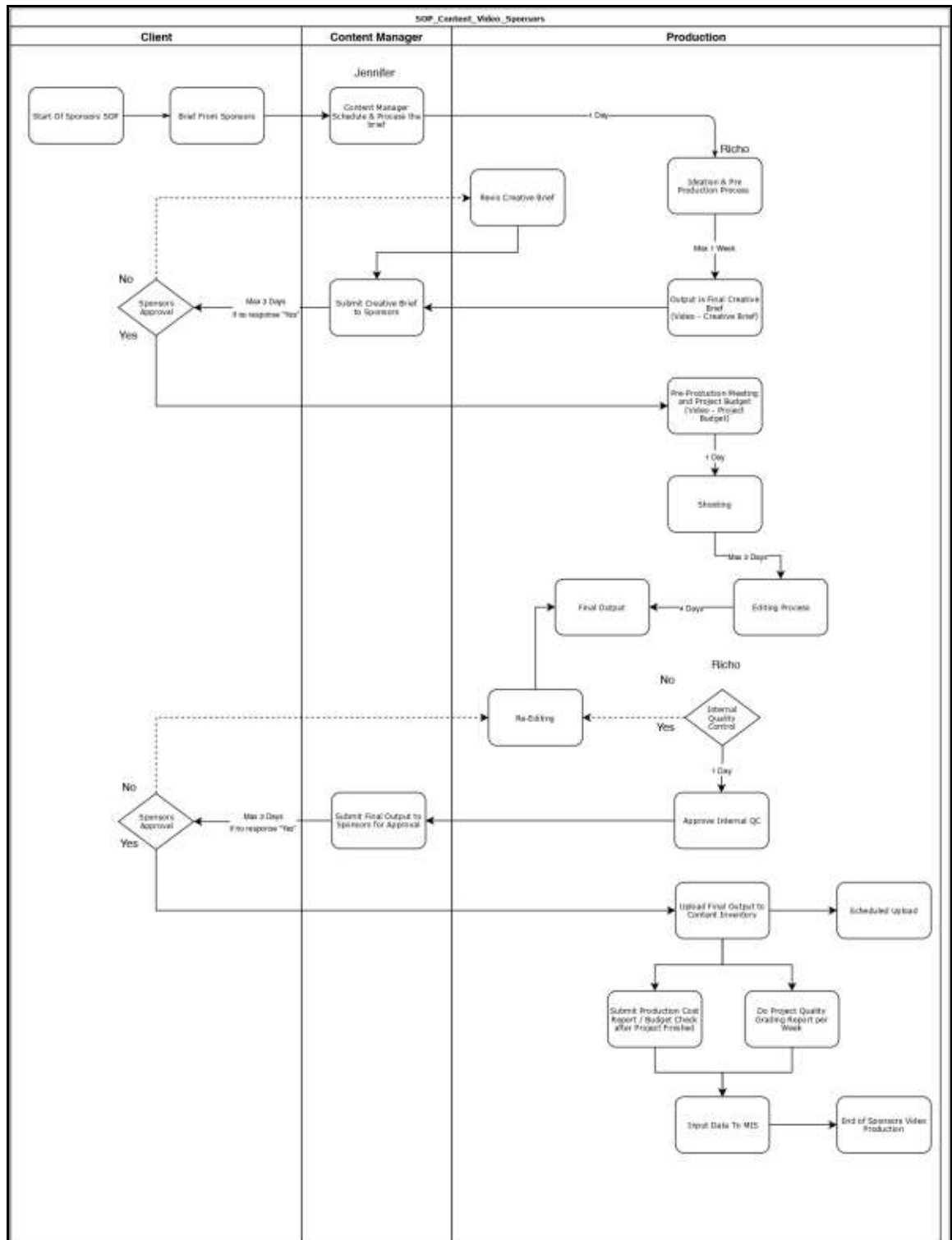
Gambar 3.1.2.2. *Standard Operating Procedure (SOP)* untuk *Creative Brief Assignment* dari Tim Konten Kreatif di PT. WHIM Management Indonesia.
(Sumber: Dokumen Tim Kreatif PT. WHIM Management Indonesia)

b. *Standard Operating Procedure (SOP) Esport.*



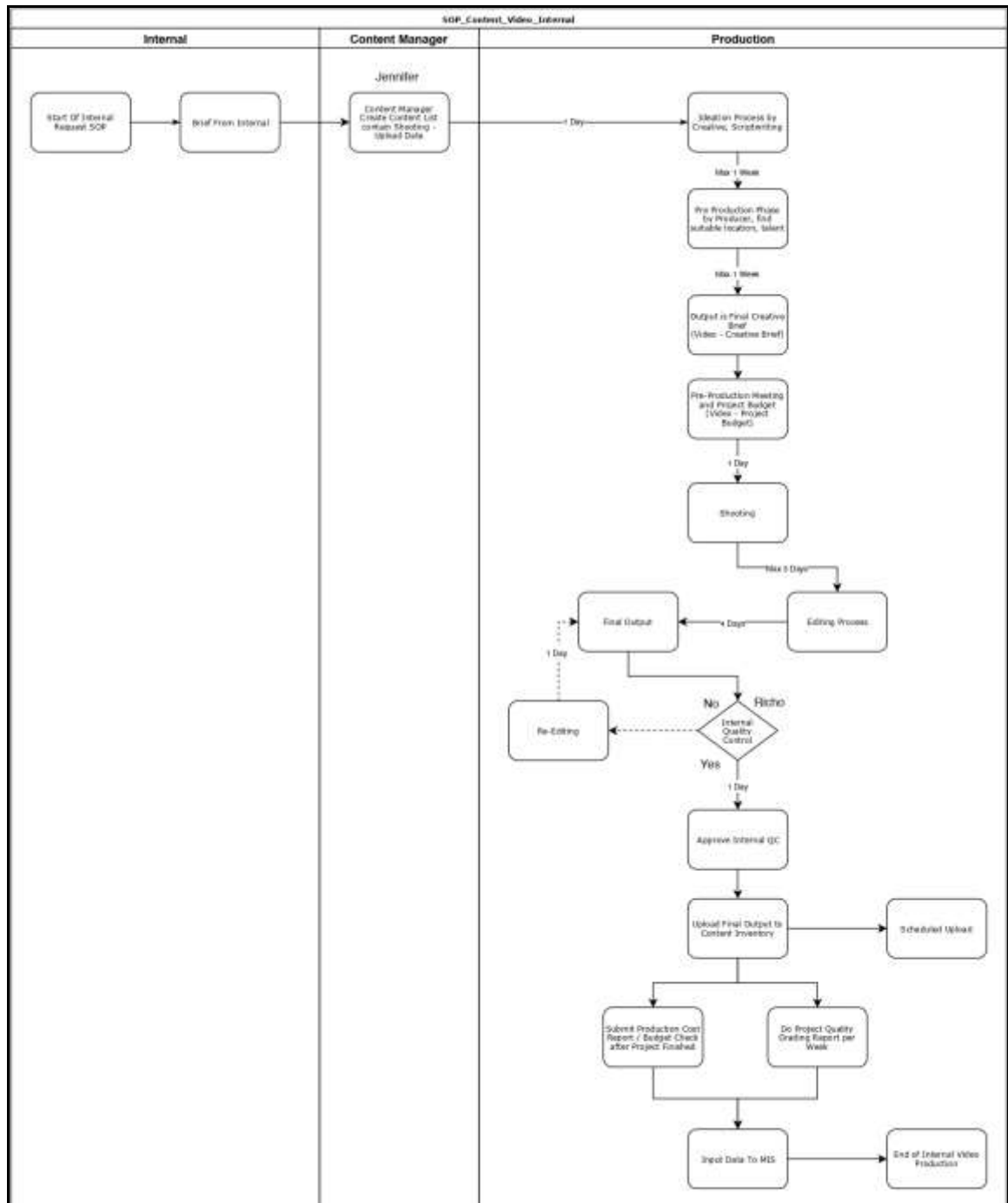
Gambar 3.1.2.3. *Standard Operating Procedure (SOP) untuk Creative Brief Assignment* dari Tim EVOS Esports di PT. WHIM Management Indonesia.
(Sumber: Dokumen Tim Kreatif PT. WHIM Management Indonesia)

c. *Standard Operating Procedure* (SOP) Sponsor.



Gambar 3.1.2.4. *Standard Operating Procedure (SOP)* untuk *Creative Brief Assignment* dari Tim Sponsor di PT. WHIM Management Indonesia.
(Sumber: Dokumen Tim Kreatif PT. WHIM Management Indonesia)

d. *Standard Operating Procedure (SOP) Content Internal.*



Gambar 3.1.2.5. *Standard Operating Procedure (SOP) untuk Creative Brief Assignment* untuk Tim Konten Kreatif Internal di PT. WHIM Management Indonesia.
(Sumber: Dokumen Tim Kreatif PT. WHIM Management Indonesia)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berisi tabel hal-hal yang penulis lakukan selama proses dan masa magang di PT. WHIM Management Indonesia sebagai *copywriter*:

Tabel 3.2.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang.

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1.	1	5 sinopsis dalam bahasa Inggris	Membuat sinopsis bahasa Inggris dari 5 film pendek yang sudah diproduksi WHIM TV.
2.	1	Script Vertical Video 1	Menulis skenario untuk Short Movie dengan output Vertical Video di platform IG Story EVOS/WHIM.
3.	1	EVS Charity (EVS ENTERTAINMENT)	Membuat Script Konten Charity dan Deck Talent.
4.	1	SitCom EVOS Esports	Development Script dan Brainstorming.
5.	2	Oura Farewell Video	Script Voice Over durasi 3-4 menit.
6.	2	Script Vertical Video 2	Menulis skenario untuk Short Movie dengan output Vertical Video di platform IG Story EVOS/WHIM.
7.	2	Script TENLIT (EVS Entertainment): Streaming Challenge	Menulis skenario untuk konten video Streaming Challenge NIMO TV.
8.	3	Talent Brief and Deck TENLIT (EVS Entertainment): Streaming Challenge	Membuat Deck untuk Brief Talent TENLIT: Streaming Challenge.
9.	3	Sinopsis SitCom Season 1 (Episode 3-10)	Membuat sinopsis untuk episode 3-10 dari <i>project</i> SitCom.
10.	3	Set Design SitCom	Membuat konsep Set Design untuk

			Main Set <i>project</i> SitCom.
11.	4	3 Premis TikTok Video Content	Membuat 3 ide premis/logline dan karakter untuk konten TikTok.
12.	4	Rebranding WHIM	Membuat konsep video release untuk Rebranding Company.
13.	4	LAZADA <i>Live Streaming</i>	Membuat script untuk Pro- <i>player</i> EVOS Esports yang akan menjadi <i>host</i> dari <i>live streaming</i> di LAZADA.
14.	5	Script TENLIT	Membuat script Opening Video dan After Video untuk konten video TENLIT.
15.	5	EVOS Membership	Membuat konsep script Campaign EVOS Membership Video Content. Membantu proses syuting sebagai Gaffer dan Extras.
16.	5	SITCOM MABAR	Membantu tata artistik SITCOM sebagai Production Designer dan Art Director. Menentukan Set Design, menjadi Buyer, dan hal mengenai tata artistik lainnya dalam serial SITCOM.
17.	6	Daily Synopsis	Menulis minimal 5 sinopsis setiap harinya untuk Short Movie. Sebagai stock ide cerita yang apabila approved idenya, dapat langsung dilanjutkan ke <i>treatment</i> dan <i>script</i> .
18.	6	LAZADA Cyber Combat Season 2	Revisi script mengikuti rundown dan prompter baru yang sudah direvisi tim.
19.	6	SITCOM MABAR	Membantu syuting sebagai kru produksi (Art Director) dari tanggal 19 Februari (Set-Up) sampai 22 Februari

			(syuting).
20.	7	LAZADA Cyber Combat Season 2	Revisi script sesuai prompter final.
21.	7	Rebranding WHIM	Membantu syuting video content Rebranding sebagai Art Runner.
22.	7	Sinopsis	Menulis <i>daily synopsis</i> harian sebanyak 5 buah setiap harinya.
23.	8	Sinopsis	Menulis 5 <i>daily synopsis</i> setiap harinya.
24.	8	TikTok	Membuat konsep untuk <i>ideation</i> jenis-jenis konten TikTok.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses kerja magang penulis di PT. WHIM Management Indonesia selaku *copywriter*, penulis banyak melakukan tugas-tugas dan pekerjaan yang didelegasikan oleh atasan dan *supervisor*, atau pembimbing lapangan, baik yang menyangkut tentang *copywriting* dan penulisan maupun hal-hal di luar bidang tersebut yang penulis mumpuni. Untuk pelaksanaan kerja magang sebagai *copywriter*, penulis akan selalu menerima *creative brief* dari atasan, baik *creative manager* sekaligus *supervisor*/pembimbing lapangan penulis, ataupun *project manager* yang menerima *creative brief* tersebut dari *account executive* atau bahkan *chief marketing officer* (CMO) PT. WHIM Management Indonesia sendiri. Penulis akan mengerjakan *script* ataupun tugas tersebut sesuai dengan *creative brief* yang diterima dalam format apapun sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Proses *quality control/check* akan dilakukan oleh *supervisor* atau *project manager*, tergantung siapa yang memberikan tugas tersebut kepada penulis, dan akan memberikan serta meminta penulis untuk melakukan revisi apabila ada yang tidak cocok dan belum pas. Penulis akan melakukan revisi berulang sampai akhirnya hasil pekerjaan memenuhi atau lebih dari yang *creative brief* pekerjaan tersebut minta. Revisi dilakukan seperlunya sampai saat sebelum *deadline*

pekerjaan dan ketika diterima oleh *supervisor*, *project manager*, dan *account executive*. Selain *copywriting*, penulis juga pernah membantu tim produksi konten dalam proses syuting sebagai kru produksi tambahan atau sukarela. Penulis pernah menjadi *gaffer* dalam proses syuting video sponsor dari Sukro, menjadi penata artistik dari *project* sitcom, dan menjadi *talent* figuran dalam beberapa konten video. Penulis mendapat kesempatan untuk menunjukkan kemampuan lebih dari penulis dan untuk menambah pengalaman sesuai dengan bidang lain yang penulis mumpuni.

Maslen (2010) menjelaskan bahwa *copywriting* adalah keterampilan dan bukannya sebuah bentuk seni, yang berarti keahlian *copywriting* yang baik didapatkan dari latihan dan pengalaman, sedangkan bakat dalam frasa hanyalah sebuah kelebihan (hlm. 5). *Copywriting* adalah jenis pekerjaan yang sesungguhnya sudah ada sejak lama di industri, terutama industri periklanan. Akan tetapi, belum banyak khalayak umum yang memahami, atau bahkan mengetahui, apa itu seorang *copywriter* dan jenis pekerjaan yang dilakukan, serta seberapa pentingnya *copywriter* dalam pembuatan konten, proyek atau kampanye konten dan iklan. Pengalaman pribadi penulis, bahkan kerabat pribadi penulis sendiri berpikir bahwa *copywriter* adalah orang yang bekerja di toko fotokopi dan percetakan yang tugasnya mengoperasikan mesin fotokopi. Dari sini dapat dilihat seberapa pentingnya pemahaman tentang apa itu *copywriting* dan bahwa *copywriter* itu adalah pekerjaan nyata yang banyak dicari oleh industri konten dan periklanan. Bahwa orang-orang di industri yang memproduksi ratusan dan ribuan konten tiap tahunnya, rela membayar jasa *copywriter* untuk membuat sebuah tulisan, skenario, atau *copywriting* terbaik yang sangat esensial bagi jiwa dari masing-masing konten yang mereka produksi.

Selain itu, bagi penulis pribadi, penulisan laporan kerja dan proses magang penulis sebagai *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia ini juga penting karena menjadi pengingat kepada penulis bahwa *copywriter* jugalah sebuah pilihan profesi alternatif yang mengasyikan, bukan hanya sekedar harus melalui program magang agar lulus pendidikan akademis Strata 1 Fakultas Seni dan

Desain di Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara. Penulis memang selalu ingin menjadi seorang penulis fiksi, namun kalau belum waktunya, memilih *copywriting* sebagai jalan sementara bukanlah sesuatu yang merugikan. Dan jujur saja, tidak ada ruginya sama sekali untuk mempelajari ilmu *copywriting* dan *advertising* serta *marketing*. Yang dilakukan oleh seorang *copywriter* jugalah menulis, dan kalau memang moto karier penulis adalah “kata-kata adalah langkah, maka menulis adalah kita yang memilih untuk terus hidup abadi”, profesi ini adalah kesempatan baru yang lain bagi penulis sendiri. Laporan ini juga bisa menjadi perspektif baru kepada sesama pembaca sebagai rekan dan teman penulis yang bercita-cita sama, yaitu untuk menjadi penulis, untuk sadar bahwa *copywriting* bisa menjadi pilihan bagus yang lainnya dalam karier. Bagus dalam artian banyak pengalaman yang didapatkan penulis selama proses pelaksanaan kerja magang di PT. WHIM Management Indonesia selaku *copywriter*. Kesempatan-kesempatan dari macam-macam jenis konten yang ditugaskan yang semuanya beragam dan unik, membuka wawasan baru kepada penulis bahwa konten-konten yang bisa diberikan ke industri itu sangat banyak dan fleksibel. Seperti contohnya, skenario *prompter* untuk program acara *live streaming*, skenario film pendek, dan macam-macam lagi dengan *platform* media yang juga beragam jenisnya.

Akan tetapi, terfokus hanya pada pekerjaan-pekerjaan *copywriting* penulis selama masa dan proses kerja magang di PT. WHIM Management Indonesia, penulis hanya akan membahas beberapa dari pekerjaan *copywriter intern* di PT. WHIM Management Indonesia saja. Berikut adalah beberapa dari pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan penulis selaku *copywriter* selama proses kerja magang di PT. WHIM Management Indonesia sebagaimana dijelaskan:

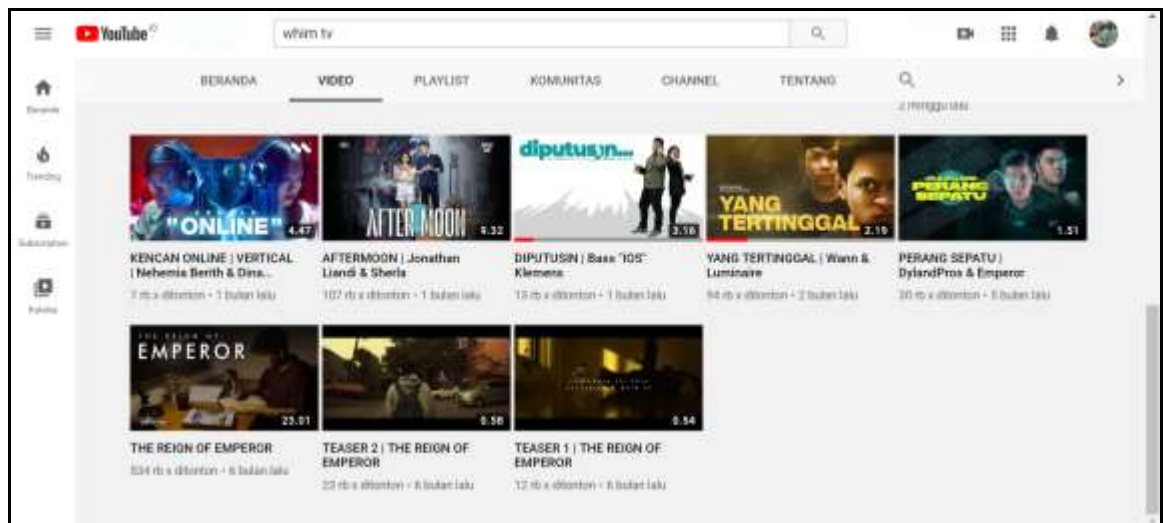
3.3.1. Daily Synopsis

Daily synopsis atau sinopsis harian adalah pekerjaan yang diberikan kepada penulis selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia setiap harinya di hari kerja. Penulis diminta oleh *supervisor* dan atasan untuk membuat lima

sinopsis setiap harinya, dimulai dari tanggal 24 Februari 2020. Sinopsis yang dibuat berisikan ide cerita untuk film pendek dengan *genre* bebas dan selalu bertemakan dunia *gaming* seperti *E-sport*, pecinta *game* baik *mobile* maupun *PC-based*, semua seputar ide cerita film pendek *gaming*. Sinopsis harian ini menjadi tugas harian yang harus diselesaikan setiap harinya selama waktu kerja. Terkadang, setiap minggunya juga ada yang dinamakan *writer's prompt*.

Writer's prompt jugalah bentuk pekerjaan dari *daily synopsis* atau sinopsis harian. Bedanya, *writer's prompt* memberikan tema khusus dan rinci kepada salah satu dari lima sinopsis harian, dan *writer's prompt* ini temanya tidak diharuskan seputar dengan *gaming*. *Writer's prompt* diadakan hanya satu hari setiap minggunya, sehingga pada hari di mana *writer's prompt* berlaku, penulis akan mengerjakan satu ide cerita film pendek atau sinopsis harian berdasarkan tema dari *writer's prompt*, dan empat ide cerita film pendek atau sinopsis harian tentang *gaming* seperti biasanya. Sinopsis yang disetujui oleh *supervisor/supervisi* atau *creative manager* bersama dengan *Chief Marketing Officer* (CMO) nantinya akan *diapprove* dan *dire-assign* kepada penulis untuk dilanjutkan menjadi sebuah *treatment* dan skenarionya langsung. Sinopsis terpilih ini, yang sudah menjadi sebuah skenario film pendek, akan disimpan dan dikirimkan ke tim produksi untuk selanjutnya dilanjutkan ke proses produksi/syuting hingga *final* setelah pasca-produksi dan distribusi serta *delivery* dan *submission/submisi* lainnya oleh seluruh tim dan divisi PT. WHIM Management Indonesia yang bersangkutan dengan proyek dan konten tersebut masing-masingnya, hingga akhirnya dapat ditayangkan dan dirilis di *platform YouTube WHIM TV*.

Dokumentasi atau hasil pekerjaan dari *Daily Synopsis* atau sinopsis harian yang dikerjakan oleh penulis ini dapat dilihat di halaman Lampiran: Dokumentasi Daily Synopsis di halaman XVII dan XVIII.



Gambar 3.3.1.1. Channel YouTube WHIM TV yang berisi film pendek PT. WHIM Management Indonesia.
(Sumber: YouTube WHIM TV)

Timeline Kerja Daily Synopsis/Sinopsis Harian.

Tanggal Mulai : 24 Februari 2020 (*Briefing Pertama*).

Tanggal Berakhir : – (Berkelanjutan).

Hari Kerja : Setiap hari, kecuali hari libur perusahaan dan hari raya.

3.3.1.1. Proses Pelaksanaan

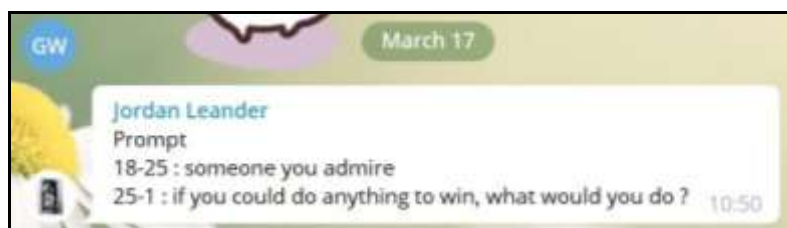
Berikut adalah jabaran proses pelaksanaan pekerjaan *daily synopsis* atau sinopsis harian yang dikerjakan penulis selaku *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia selama proses kerja magang:

a. *Briefing*

Briefing dalam pemberian *creative brief* ke penulis selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia dilakukan oleh *creative manager* yang sekaligus adalah *supervisor*/supervisi dan pembimbing lapangan penulis, Jordan Leander. Terkadang *briefing* dilakukan bersama dengan *Chief Marketing Officer* (CMO), Michael Wijaya, sendiri bersama dengan *creative manager*. *Briefing* dilakukan hanya satu kali saat pertama kali *daily synopsis* atau sinopsis harian diterapkan, terhitung dari tanggal 24 Februari 2020, dan berikutnya penulis sudah

langsung mengerjakan *daily synopsis* atau sinopsis harian setiap hari kerjanya. *Briefing* khusus untuk *writer's prompt* sudah diberikan kira-kira 1-2 minggu sebelum tanggal berlakunya tema dari masing-masing *writer's prompt* di minggu yang sudah ditentukan. *Briefing* bisa dilakukan langsung dengan tatap muka, ataupun hanya sekedar dari pesan di *Telegram Messenger*.

Briefing ini berupa permintaan oleh supervisi kepada penulis untuk membuat skenario sesuai dengan *genre* pilihan dan tema pilihan. Contoh langsung yang dialami penulis dalam *briefing* ini selama proses kerja magang di PT. WHIM Management Indonesia adalah *writer's prompt*. Pada tanggal 25 Maret 2020 sampai 1 April 2020, di minggu itu, tim penulis diberikan *assignment* sebuah *writer's prompt* untuk *daily synopsis* atau sinopsis harian yang tema di salah satu sinopsis pada minggu itu adalah “*if you could do anything to win, what would you do?*” dan bergenre bebas. Berikut adalah *briefing writer's prompt* untuk pembuatan sinopsis yang di-assign oleh *creative manager*, Jordan Leander, lewat *Telegram Messenger*:



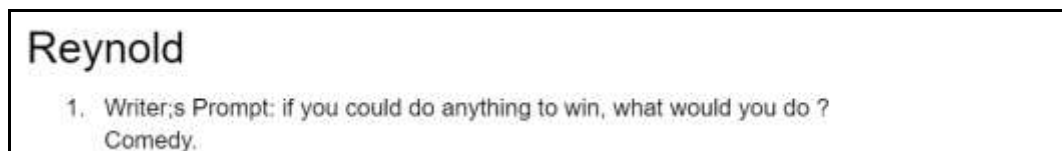
Gambar 3.3.1.1.1. *Briefing writer's prompt* tanggal 25 Maret 2020 – 1 April 2020.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. *Ideation* dan *Branstorming*.

Proses pembuatan konsep yang dinamakan *ideation* dan pengembangan konsep seperti *brainstorming*, bisa dilakukan oleh penulis sendiri ataupun bersama dengan segenap tim *copywriter* dan *scriptwriter* di PT. WHIM Management Indonesia, akan tetapi semua akan tetap mengerjakannya per individu. Proses dalam tahap ini

dilakukan untuk mencari ide yang cocok untuk dijadikan skenario film pendek dengan membuat sinopsisnya terlebih dahulu. Proses ini adalah proses berpikir dan kerja kreatif bagi penulis dalam mencari inspirasi dan meluweskan ide-ide cerita hingga lahir ke dalam setiap sinopsis harian setiap hari kerjanya. Proses *ideation* dan *brainstorming* ini dapat dilakukan bersama-sama dengan tim ataupun individual.

Penulis pun membuat sebuah konsepsi untuk sinopsis yang tema dari ide ceritanya sesuai dengan *writer's prompt* yang di-assign kepada tim penulis tadi. Di sini penulis menentukan *genre* yang ingin penulis buat karena *genre* dibebaskan dalam *creative brief*. Penulis pun membuat konsep ide cerita dengan *genre* komedi, sesuai pilihan penulis sendiri, dan membuat ide cerita yang mengikuti tema dari *writer's prompt* yang ditentukan oleh supervisi. Proses ini penulis lakukan sendiri karena berdasarkan bobot pekerjaan, *daily synopsis* atau sinopsis harian bukanlah pekerjaan yang berbobot berat dan tidak selalu harus dikerjakan bersama dengan tim meskipun bisa berkolaborasi.



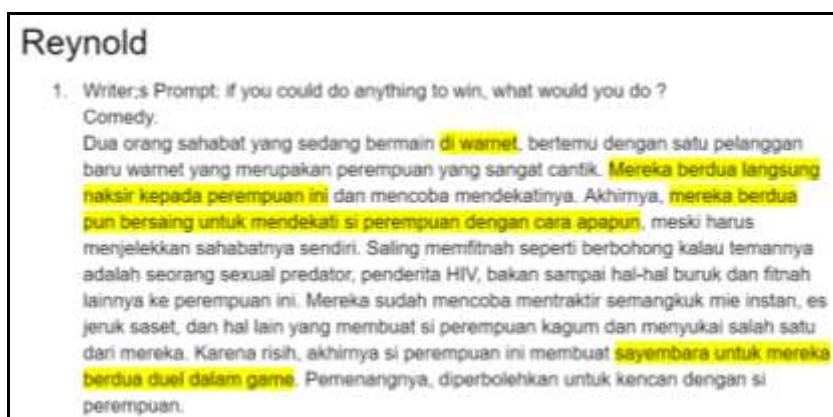
Gambar 3.3.1.1.2. Penentuan *genre* oleh penulis sesuai dengan *brief writer's prompt*.
(Sumber: *Google Docs Daily Synopsis* Tanggal 26 Maret 2020)

c. Riset dan Pra-Produksi.

Riset dilakukan sebagai lanjutan dari tahap *ideation* dan *brainstorming*. Tahap ini termasuk dalam tahap pra-produksi, sedangkan tahap *ideation* dan *brainstorming* masuk ke dalam tahap *development*/pengembangan. Tahap riset ini adalah tahap di mana penulis melakukan penelitian terhadap tema, topik, dan segala hal yang penulis butuh tahu dalam pembuatan ide cerita film pendek dan sinopsis yang relevan. Riset bisa dilakukan pada bidang ekonomi,

sosial, budaya, dan seputar *gaming* dan dunia *E-sport* itu sendiri serinci-rincinya agar bisa membantu dan membuat hasil skenario yang relevan dan dapat dipercaya, karena cerita naratif haruslah cerita yang dapat dipercaya tidak peduli seberapa *fictional*-nya cerita tersebut. Ketentuan seberapa dalam dan rincinya riset harus dilakukan tergantung pada kebutuhan cerita masing-masing yang dikerjakan oleh penulis sebagai *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia.

Penulis melakukan riset dalam tahap pra-produksi penulisan *daily synopsis* atau sinopsis harian untuk memberikan akurasi pada hasil sinopsis dan ide cerita yang akan dijadikan skenario apabila disetujui oleh supervisi. Riset dalam *daily synopsis* atau sinopsis harian tersebut dapat dilakukan pada penciptaan karakter sesuai teori pembuatan karakter yang penulis pelajari di akademika, latar waktu dan tempat yang membentuk dunia penceritaan, konflik yang muncul dalam cerita hingga akan membuat sebuah alur atau *plot*, serta elemen-elemen esensial lainnya dalam pembuatan cerita yang penulis pelajari dan kuasai selama masa akademis di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Karakter yang cocok dalam sinopsis atau ide cerita sehingga bisa menggerakkan alur, latar tempat dan waktu yang cenderung mengarah ke dunia *gaming* dan *esports*, serta konflik-konflik yang muncul dari sebab-akibat (kausalitas) antara elemen-elemen cerita.



Gambar 3.3.1.1.3. Riset penulis dalam *treatment* karakter, latar, dan konflik.
(Sumber: *Google Docs Daily Synopsis* Tanggal 26 Maret 2020)

d. Penulisan/Pengerjaan (*Scripting*).

Proses penulisan *daily synopsis* atau sinopsis harian dikerjakan di *google docs* pada *google drive* yang sudah disediakan untuk *copywriter* dan *scriptwriter* PT. WHIM Management Indonesia. Penulis akan mengerjakan lima sinopsis setiap harinya di masing-masing *google docs* yang sudah diberi judul sesuai dengan tanggal kerja hari itu. Sinopsis yang dihasilkan telah melalui proses dan tahap *ideation* dan *brainstorming*. Apabila ada sinopsis yang terpilih dan dipilih oleh supervisi untuk dilanjutkan ke dalam skenario, penulis akan diminta untuk melanjutkan sinopsis tersebut lewat *treatment* sehingga menjadi sebuah skenario *draft* pertama. Penulisan/pengerjaan skenario, atau *scripting*, adalah proses pembuatan *draft* pertama skenario itu sendiri. Dari ide cerita film pendek, sinopsis yang sudah melalui tahap *ideation* dan *brainstorming* yang kemudian ditambahkan hasil riset sehingga menjadi sebuah *treatment* skenario, dilanjutkan kepada skenario *draft* pertama dari hasil dan proses-proses tahapan tersebut. *Format* pengerjaan skenario seperti skenario pada umumnya dan sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan skenario di industri profesional yang dengan standar terakui.

Proses penulisan/pengerjaan (*scripting*) sinopsis sesuai hasil *treatment* yang dibuat lewat hasil dan proses *ideation* dan *brainstorming*, serta riset. Hasil sinopsis ini dikerjakan oleh penulis dengan mengikuti tema dan *creative brief* dari *writer's prompt* juga yang dijaga akurasinya sesuai *brief* dan standarisasi kualitas karya perusahaan PT. WHIM Management Indonesia yang mampu diproduksi oleh pihak perusahaan dan tim produksi dari divisi penulis juga. Berikut adalah sinopsis yang dibuat oleh penulis di *google docs* pada dokumen *daily synopsis* atau sinopsis harian tanggal 26 Maret 2020 dan di-*submit* atau di-*deliver* lewat *google drive* tim penulis:

Reynold

1. Writer;s Prompt: if you could do anything to win, what would you do ?

Comedy.

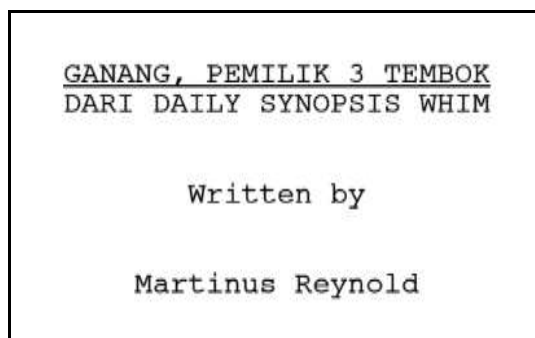
Dua orang sahabat yang sedang bermain di warnet, bertemu dengan satu pelanggan baru warnet yang merupakan perempuan yang sangat cantik. Mereka berdua langsung naksir kepada perempuan ini dan mencoba mendekatinya. Akhirnya, mereka berdua pun bersaing untuk mendekati si perempuan dengan cara apapun, meski harus menjelekkan sahabatnya sendiri. Saling memfitnah seperti berbohong kalau temannya adalah seorang seksual predator, penderita HIV, bahkan sampai hal-hal buruk dan fitnah lainnya ke perempuan ini. Mereka sudah mencoba mentraktir semangkuk mie instan, es jeruk saset, dan hal lain yang membuat si perempuan kagum dan menyukai salah satu dari mereka. Karena risih, akhirnya si perempuan ini membuat sayembara untuk mereka berdua duel dalam game. Pemenangnya, diperbolehkan untuk kencan dengan si perempuan.

Gambar 3.3.1.1.4. Penentuan *genre* oleh penulis sesuai dengan *brief writer's prompt*.
(Sumber: *Google Docs Daily Synopsis* Tanggal 26 Maret 2020)

e. *Submission/Submisi untuk Delivery, dan Revisi.*

Skenario *draft* pertama yang sudah jadi dan selesai ditulis akan langsung dikirimkan dalam *delivery* atau *submission*/submisi kepada *supervisor* sekaligus *creative manager* melalui surel dan dikirimkan secara *carbon copy* (CC) kepada *Chief Marketing Officer* (CMO), *project manager*, dan rekan sesama *copywriter* serta *scriptwriter* dalam tim. Skenario yang sudah dikirimkan ini nantinya akan direview dan diberikan *feedback* secara poin-poin baik melalui surel balasan, atau lewat pesan *messenger* di Telegram, atau tatap muka langsung di kantor PT. WHIM Management Indonesia. Penulis akan mendiskusikan atau menanyakan perihal poin-poin *feedback* kepada supervisi yang memberikan dan melakukan *quality control/check*. Kemudian, penulis akan melakukan revisi terhadap skenario sesuai dengan poin-poin *feedback* yang sudah didiskusikan dan disetujui seperlunya. Skenario *draft* pertama yang sudah selesai direvisi akan menjadi skenario *draft* kedua dan proses ini dapat dilakukan berulang-ulang tergantung seberapa banyak keperluan untuk merivisinya, sehingga bisa muncul *draft* ketiga, keempat, dan seterusnya hingga *final draft*. Setiap *draft* akan dikirimkan atau disumbisi, dan kemudian

disimpan di *google drive* yang sudah disiapkan untuk *copywriter* sebagai bank naskah PT. WHIM Management Indonesia. Berikut adalah salah satu hasil *daily synopsis* atau sinopsis harian yang di-*approved* oleh supervisi untuk dilanjutkan menjadi sebuah skenario film pendek yang nanti akan diproduksi oleh tim produksi PT. WHIM Management Indonesia sesuai *timeline* kerja mereka sendiri. Contoh skenario ini bukan dari contoh *writer's prompt* di atas:



Gambar 3.3.1.1.5. Salah satu skenario penulis dari sinopsis yang disetujui supervisi.
(Sumber: *Google Docs Script Daily Synopsis*)

Revisi pada skenario yang dibuat setelah sinopsis dan ide ceritanya disetujui oleh supervisi penulis ada ketika supervisi menemukan kekurangan, kesalahan, atau kritik dari supervisi terhadap skenario *draft* pertama hingga akhirnya revisi dilakukan oleh penulis pada *draft-draft* berikutnya sampai *draft* terakhir yang sudah disetujui semuanya oleh penulis, tergantung seberapa banyaknya supervisi meminta penulis melakukan revisi pada skenario berjudul tersebut. Sedangkan untuk revisi pada *daily synopsis* atau sinopsis harian tidak dilakukan atau jarang sekali. Sinopsis yang memiliki kekurangan cenderung lebih tidak di-*approved* dan akhirnya tidak diminta oleh supervisi untuk dilanjutkan menjadi skenario kepada penulisnya.

f. *Cover-Up*.

Skenario yang diterima oleh tim produksi untuk ditindaklanjuti ke tahap *treatment* produksi adalah skenario *draft* terakhir atau *final draft*.

Tetapi, terkadang tim produksi membutuhkan revisi tambahan yang disesuaikan oleh karena masalah-masalah produksi seperti penyesuaian terhadap *timeline*, anggaran, jadwal syuting, lokasi syuting, peralatan dan properti artistik syuting, serta kendala-kendala lainnya yang mengharuskan skenario melakukan penyesuaian. Kejadian ini dinamakan proses *cover-up*, di mana skenario *draft* terakhir yang awalnya sudah disetujui untuk diproduksi menjadi film pendek, diminta untuk direvisi kembali sesuai permintaan dari pertimbangan-pertimbangan tim produksi PT. WHIM Management Indonesia. Penulis akan melakukan revisi sesuai permintaan tersebut setelah mempertimbangkan poin-poin revisi dan mendiskusikannya hingga skenario sudah benar-benar siap untuk diproduksi ke syuting film pendek oleh tim produksi PT. WHIM Management Indonesia.



Gambar 3.3.1.1.6. *Draft* pertama dari skenario sinopsis yang disetujui.
(Sumber: *Google Docs Script Daily Synopsis*)

3.3.1.2. Kendala yang Ditemukan

Dari proyek dan pekerjaan *daily synopsis* atau sinopsis harian ini, terdapat beberapa kendala yang kerap dialami dan dirasakan oleh penulis ketika bekerja sebagai *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia. Berikut beberapa kendala dan masalah tersebut:

- a. Tema “*gaming*” menjadi pembatas kreativitas.

Kendala utama adalah terbatasnya ide cerita untuk sinopsis dan film pendek, karena tema “*gaming*” yang sudah ditentukan menjadi sebuah batasan fleksibilitas, kreativitas, dan segmentasi dari sebuah ide. Dengan adanya tema tersebut, ide cerita yang muncul menjadi terbatas juga dan hanya bisa seputar *gaming* saja. Ini menjadi penghalang bagi

keaktivitas penulis dan salah satu alasan utama mengapa banyak sinopsis-sinopsis antar satu dengan *copywriter* dan *scriptwriter* lain banyak yang sama dan bahkan klise. Sedangkan, *daily synopsis* atau sinopsis harian ini harus dikerjakan setiap harinya saat hari kerja dan harus dibuat sebanyak lima buah. Bila dalam seminggu harus menghasilkan 25 sinopsis dan dalam sebulan sebanyak 100 sinopsis, dengan mengingat faktor tema “*gaming*” yang menjadi pembatas kreativitas, ini menjadi kendala yang cukup menyulitkan bagi penulis dalam mengerjakan proyek dan pekerjaan *daily synopsis* atau sinopsis harian ini selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia.

b. Tenggat waktu atau *deadline* yang belum jelas.

Tidak adanya waktu rutin yang ditetapkan secara reguler untuk *assigning* dan juga *submission* menjadi kendala minor yang dialami penulis ketika proses kerja magang sebagai *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia. *Assigning* dan *submission* ini akan diberikan tergantung kapan sinopsis yang *terapprove* akan diminta untuk dijadikan skenario kepada penulis.

c. Pekerjaan harian bertabrakan dengan pekerjaan dari divisi lain.

Daily synopsis atau sinopsis harian adalah pekerjaan sehari-hari penulis di PT. WHIM Management Indonesia sebagai penulis. Pekerjaan ini adalah pekerjaan internal yang dilakukan oleh para *copywriter* dan *scriptwriter* PT. WHIM Management Indonesia, sehingga hanya diketahui oleh tim penulis dan supervisi langsung pribadi. Hal ini menjadi kendala kecil juga ketika penulis mendapatkan pekerjaan lain dari divisi lain, di mana pekerjaan tersebut merupakan sebuah proyek besar PT. WHIM Management Indonesia, sedangkan penulis masih harus membuat lima sinopsis setiap harinya bersamaan dengan mengerjakan proyek tersebut, tidak peduli seberapa banyak dan besarnya pekerjaan lain tersebut.

3.3.1.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala-kendala yang ditemukan, penulis berhasil menemukan solusi terbaik bagi masing-masing kendala tersebut dan membuat pekerjaan penulis tetap lancar setiapnya. Solusi-solusi yang ditemukan bagi kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Memperbanyak perspektif, referensi, dan observasi ide.

Apabila kendala yang dialami oleh penulis ada kekurangan ide untuk membuat *daily synopsis* atau sinopsis harian, maka solusinya adalah untuk penulis mencari dan memperbanyak serta memperluas kreativitasnya sendiri. Dengan banyak mencari referensi, melakukan observasi, dan membuka perspektif yang lebih lebar tentang kehidupan dan tema “*gaming*”. Lewat menonton film, membaca buku, bertanya dengan teman yang paham tentang *gaming*, melakukan riset lebih di media manapun, dan mencoba menghubungkan dunia *gaming* dengan aspek sosial, ekonomi, dan budaya di lingkungan sekitar, Indonesia, dan bahkan dunia.

- b. Mengerjakan secepat mungkin tanpa menunda.

Agar lebih aman dan tidak ada pekerjaan yang tertunda, selama masih sempat dan tidak ada pekerjaan lain yang lebih mendesak prioritasnya, penulis memilih untuk langsung mengerjakan skenario yang diambil dari sinopsis milik penulis yang terpilih dan tidak menunda-nunda sampai akhirnya ditanyakan oleh supervisi. Penulis mengerjakan dan menyelesaikan skenario tersebut secepat yang penulis bisa, karena lebih cepat lebih baik. Begitu pula ketika penulis mendapatkan poin-poin revisi dari *feedback*, penulis akan mengerjakannya dengan segera.

- c. Membagi waktu secara bijak.

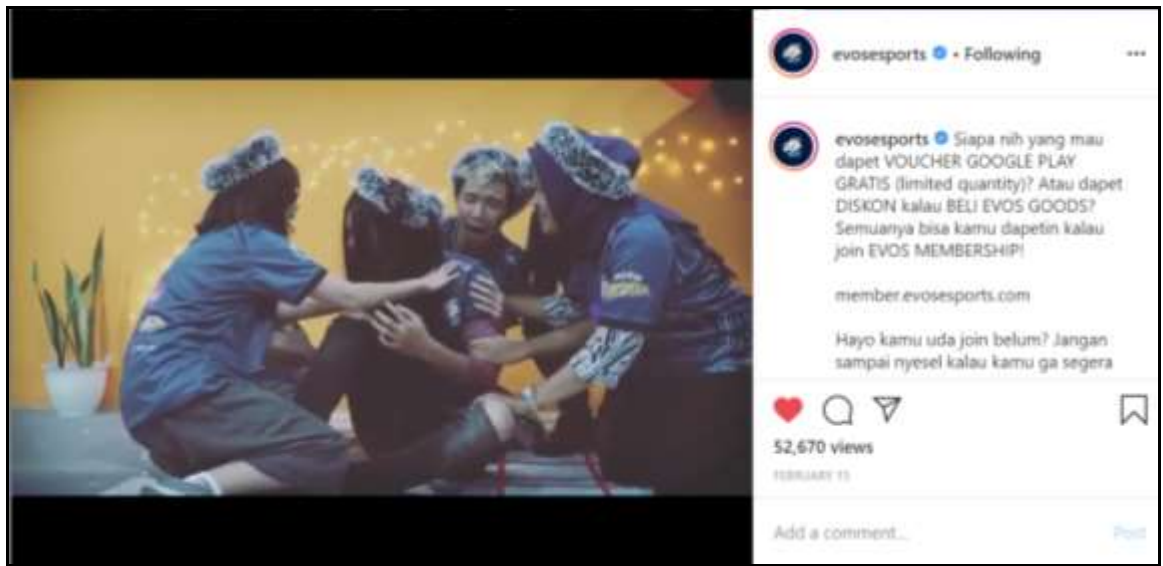
Dengan banyaknya proyek serta konten yang dikerjakan di PT. WHIM Management Indonesia, pekerjaan-pekerjaan yang menggunakan

penulis selaku *copywriter* tersebut harus penulis timbang-timbang dan perkirakan mana yang menjadi prioritas lebih dari setiap pekerjaan. Apabila ada pekerjaan yang lebih membutuhkan *copywriter* dan tenggat waktunya sudah mendesak, maka pekerjaan itu menjadi prioritas penulis untuk segera diselesaikan. Tetapi, apabila pekerjaan tersebut sedang ditunda atau menunggu kelanjutan dari tim atau divisi lain, maka penulis bisa memprioritaskan waktunya kepada *daily synopsis* atau sinopsis harian. Terkadang, bila memang diperlukan, penulis akan mengerjakan kelima sinopsis tersebut pada malam hari setelah pulang dari kantor atau keesokan harinya selama belum saatnya supervisi mengecek sinopsis-sinopsis tersebut, karena proses kerja kreatif seperti menulis memang tidak bisa dipaksakan ada ketika ide belum muncul dan penulis merasa buntu (*writer's block*).

3.3.2. EVOS Membership Campaign

EVOS *Membership Campaign* adalah sebuah kampanye yang diadakan oleh EVOS Esports untuk mempublikasikan bahwa mereka sudah memiliki dan menawarkan fasilitas keanggotaan bagi fans-fans EVOS Esports di Indonesia yang di mana fasilitas ini akan memberikan banyak keuntungan dan *benefit* lewat sebuah kartu keanggotaan atau *membership card*. Kampanye ini direncanakan untuk membuat konten yang memberikan *engagement* terhadap produk kartu keanggotaan EVOS Esports tersebut dan memberikan *product awareness* mengenai *benefit-benefit* yang bisa didapat dari menjadi anggota dan fans resmi EVOS Esports. Kampanye ini disepakati untuk membuat sebanyak empat buah konten *Instagram* sebagai *platform* publikasinya, dan yang akan memproduksi konten tersebut adalah Tim Konten Kreatif dari PT. WHIM Management Indonesia, termasuk penulis selaku *copywriter* di dalamnya.

Dokumentasi atau hasil pekerjaan dari EVOS *Membership Campaign* yang dikerjakan oleh penulis ini dapat dilihat di halaman Lampiran: EVOS Membership Campaign di halaman XIX dan XX.



Gambar 3.3.2.1. *After Main Video EVOS Membership Campaign.*
(Sumber: Instagram EVOS Esports (@evosesports))

Timeline Kerja EVOS Membership Campaign.

Tanggal Mulai	: 9 Februari 2020.
Tanggal Berakhir	: 15 Februari 2020 (Rilis Konten Terakhir).
Hari Kerja	: 9 Februari 2020 – 10 Februari 2020 (<i>Scripting</i>). 10 Februari 2020 – 13 Februari 2020 (<i>Produksi</i>). 11 Februari 2020 – 14 Februari 2020 (<i>Editing</i>). 12 Februari 2020 (Rilis Konten Video <i>Teaser</i> Pertama). 13 Februari 2020 (Rilis Konten Video <i>Teaser</i> Kedua). 14 Februari 2020 (Rilis Konten <i>Main Video</i>). 15 Februari 2020 (Rilis Konten <i>After Main Video</i>).

3.3.2.1. Proses Pelaksanaan

a. Briefing

Briefing diberikan oleh supervisi dan *creative manager* mengenai proyek kampanye yang hendak segera dirilis, yaitu tentang EVOS *Membership*. *Briefing* yang didapat supervisi atau *creative manager* itupun berasal dari divisi EVOS *Esports* (PT. Evos Esports Indonesia)

yang meminta kepada Divisi Marketing dan Tim Konten Kreatif dari PT. WHIM Management Indonesia untuk membuatkan sebuah kampanye mengenai keanggotaan EVOS *Esports* tersebut sekreatif mungkin dan sesuai dengan visi dan misi, serta elemen-elemen desain dari EVOS *Esports*. Penulis bersama dengan tim produksi dan sosial media dikumpulkan oleh supervisi atau *creative manager* untuk dilakukan *briefing* mengenai EVOS *Membership*.

b. *Ideation dan Brainstorming.*

Proses *ideation* dan *brainstorming* dari kampanye EVOS *Membership* dilakukan bersama-sama dengan semuanya dalam sebuah rapat. Saling berdiskusi dan bertukar referensi untuk ide konten kampanye dengan semua orang di divisi dan tim yang bersangkutan dengan kampanye ini, penulis menyuarakan beberapa ide yang mungkin cocok dan dapat dilakukan atau dieksekusi oleh tim produksi PT. WHIM Management Indonesia untuk konten kampanye EVOS *Membership* ini. Di sinilah diputuskan bahwa konten-konten untuk kampanye EVOS *Membership* akan berjumlah empat buah konten di *feeds Instagram* EVOS *Esport* (@evosesports) per harinya. Keempat konten tersebut berupa video singkat yang terdiri dari dua buah *teaser*, satu *main video release*, dan *after main video* sebagai *engagement* tambahan terhadap *audience* EVOS *Esports* dan produk EVOS *Membership Card*-nya dalam kampanye EVOS *Membership* ini. Berikut adalah salah satu konsep yang diusulkan dan dibuat oleh penulis dan dikembangkan bersama dengan tim produksi dari PT. WHIM Management Indonesia yang bertugas dan bertanggung jawab dalam pembuatan EVOS *Membership Campaign* ini. Konsep ini digunakan untuk *after main video*, di mana tim produksi dan penulis memiliki konsep video parodi dari film *Midsommar* (2019) dalam sebuah adegan tertentu. Konsep ini dibuat karena menurut penulis dan tim produksi, pembuatan videonya akan mudah dan *social* atau *audience engagement*-nya baik.



Gambar 3.3.2.1.1. Perbandingan Film *Midsommar* (2019) dengan Parodi EVOS *Membership After Main Video*.

(Sumber: Screenshot film *Midsommar* dan EVOS *Membership After Main Video*)

c. Riset dan Pra-Produksi.

Tahap yang dilakukan di sini adalah perencanaan dan penyesuaian yang dilakukan oleh penulis terhadap skenario berdasarkan arahan *creative brief* dan permintaan dari tim produksi yang menyesuaikan dengan jumlah anggaran produksi konten kampanye, lokasi, dan tenggat waktu kerja. Penulis juga melakukan riset lebih untuk

menyamakan dengan visi dan misi, serta elemen-elemen desain dari EVOS *Esports* itu sendiri yang cocok dan sesuai agar tampak konsisten.

d. Penulisan/Pengerjaan (*Scripting*).

Penulisan skenario dan pengerjaannya dilakukan oleh penulis bersama dengan tim sosial media sendiri, yaitu Rully Bunga dan Nurul Shanty dari tim sosial media. Dari keempat konten tersebut, konten yang membutuhkan skenario tertulis akan dikerjakan di *google docs* pada *google drive* yang sudah dibagikan ke dalam Tim Konten Kreatif dari PT. WHIM Management Indonesia. Sedangkan yang tidak membutuhkan skenario tertulis, yaitu konten *main video release* yang mengandalkan montase-montase dan *footage* pribadi dan dari stok EVOS *Esports*, akan disyutungkan langsung oleh tim produksi. Untuk skenario kedua *teaser* tidaklah banyak, dan oleh karenanya hanya dibuat singkat karena konsep konten video *teaser* tersebut dua-duanya adalah *motion graphic*. Sedangkan untuk konten video *after main video*, ide konten diambil penulis dari referensi film *Midsommar* (2019) yang akan dibuat secara parodi. Untuk kejelasan keempat konten video untuk kampanye EVOS *Membership* yang dimaksud dapat dilihat pada halaman-halaman lampiran di laporan kerja magang.

e. *Submission*/Submisi untuk *Delivery*, dan Revisi.

Skenario konten yang sudah rampung akan diberikan kepada *project manager* dan *creative manager* selaku supervisi, dan *delivery* tersebut akan diberikan kepada divisi EVOS *Esports* untuk dilakukan *quality control/check* oleh para supervisi divisi dan proyek, karena konten-konten video kampanye EVOS *Membership* tersebut akan dimunculkan di *platform Instagram* EVOS *Esports* pribadi dalam masa kampanye dan publikasi produk EVOS *Membership Card*. Dipastikan juga untuk sesuai dengan *creative brief* yang diberikan.

f. *Cover-Up*.

Untuk proyek kampanye EVOS *Membership* ini tidak ditemukan *cover-up* yang diminta dari divisi EVOS *Esports*. Oleh karena itu, skenario dan konsep konten-konten video kampanye dapat dilanjutkan ke tahap produksi oleh tim yang akan melakukan syuting konten video kampanye EVOS *Membership Card* di PT. WHIM Management Indonesia karena sudah disetujui oleh divisi EVOS *Esports*.

3.3.2.2. Kendala yang Ditemukan

Dari proyek kampanye EVOS *Membershio* ini, terdapat kendala utama yang dialami dan dirasakan oleh penulis yang bekerja sebagai *copywriter*, dan bahkan segenap tim dan divisi yang berkontribusi dalam kampanye EVOS *Membership* ini, di PT. WHIM Management Indonesia. Kendala utama dan masalah tersebut adalah perihal waktu dan tenggat kerja yang minim serta *assigning* kepada seluruh tim dan divisi PT. WHIM Management Indoensia yang sangat mendadak untuk mengerjakan konten video kampanye EVOS *Membership* ini dimulai dari tahap *briefing* sampai ke tanggal rilis konten video pertama yaitu *teaser* pertama, yang jatuh di tanggal 12 Februari 2020. Tim dan divisi dari PT. WHIM Management Indonesia, termasuk penulis sendiri selaku *copywriter*, hanya mendapat waktu pengerjaan empat hari sebelum tanggal 12 Februari 2020 karena *briefing* dari divisi EVOS *Esports* baru didapatkan dan diassign tanggal 8 Februari 2020 kepada *creative manager* dan *project manager*. Untuk seluruh tim dan divisi sisanya di PT. WHIM Management Indonesia, termasuk penulis sendiri, mendapatkan *creative brief* secara resmi di tanggal 9 Februari 2020. Kampanye EVOS *Membership Card* ini adalah pekerjaan yang begitu mendadak bagi PT. WHIM Management Indonesia.

3.3.2.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala dan masalah utama yang dialami PT. WHIM Management Indonesia serta penulis selaku *copywriter* sebagaimana dijelaskan di atas,

solusi bersama yang ditemukan dan disetujui adalah untuk membuat ide-ide, konsep, dan referensi singkat dan sederhana bagi setiap konten-konten video kampanye EVOS *Membership*. Mengingat hanya memiliki waktu pengerjaan sebanyak empat hari, tim dan divisi PT. WHIM Management Indonesia yang bertugas meminta pengertian dari divisi EVOS *Esports* untuk hasil konten video kampanye yang akan dihasilkan, karena *briefing* dari divisi EVOS *Esports* sendiri juga mendadak dan sisa waktu untuk produksi sangat singkat sehingga tidak bisa dipersiapkan secara matang dan menghasilkan sebuah konten video yang bertaraf tinggi. Penulis dan tim sosial media yang bertugas dalam pembuatan skenario, ide, dan konsep pun membuat skenario, ide, dan konsep sederhana pada dua video *teaser* yang berupa *motion graphic* singkat, dan membuat parodi dari film *Midsommar* (2019) yang memiliki pesan untuk jangan sampai *audience* dan fans EVOS *Esports* ketinggalan untuk mendaftarkan diri dan registrasi sebagai anggota resmi EVOS *Esports* di kampanye EVOS *Membership Card*. Hal ini dilakukan karena penulis dan tim berpikiran bahwa konten humoris, yang biasa dikenal khalayak umum sebagai konten receh, memiliki *engagement* yang baik terhadap *audience*.

3.3.3. LAZADA Cyber Combat Season 2

LAZADA Cyber Combat Season 2 adalah sebuah program acara dari *e-commerce* LAZADA yang melakukan *live streaming* dan main bareng *game online* dan *mobile* bersama *customer/consumer/audience* pecinta *gaming* dan mayoritas adalah *gamers* di LAZADA. *Audience* ini dinamakan dan disebut sebagai “Lazadians” dan mereka semua mendapat kesempatan untuk main bareng (MABAR) dengan *pro-player* dan *roaster-roaster*, yang adalah *gamers* dan *influencer* di dunia *Esports*, dari EVOS *Esports*. LAZADA Cyber Combat sebelumnya sudah pernah diadakan, tetapi penulis belum diberikan tanggung jawab dan *assignment* terhadap LAZADA Cyber Combat pertama. Program acara dan *live streaming* ini diadakan selama dua jam setiap harinya selama lima hari

secara berturut dan menjadi lima episode, terhitung dari tanggal 2 Maret 2020 sampai.

Di setiap episode, *audience* atau LAZADIANS akan berkesempatan untuk bermain bersama *streamers* yang merupakan *roaster* dan *pro-player* EVOS Esports yang menjadi *host* di masing-masing episode LAZADA Cyber Combat Season 2. LAZADIANS memiliki kesempatan untuk bermain bersama dan memenangkan hadiah-hadiah menarik dari LAZADA dan EVOS Esports seperti handphone SAMSUNG Galaxy A30s, Voucher 500 ribu rupiah dari LAZADA, dan Voucher 500 ribu rupiah dari EVOSGOODS yang merupakan katalog *merchandise* resmi EVOS Esports. *Game* yang dimainkan dalam kelima episode LAZADA Cyber Combat Season 2 beragam dan berbeda-beda. Terdapat empat game yang dimainkan, yaitu *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB), *DOTA 2*, *PUBG Mobile* (PUBGM), dan *FreeFire*. Masing-masing *streamer* yang menjadi *host* setiap episode juga berbeda-beda tergantung *game* pada episode di tanggal *livestream* masing-masing.

Jumlah *host* setiap episodenya ada dua orang *streamers* dari *pro-player* dan *roaster* EVOS Esports. Mereka adalah Jeanice Ang (@jeaniceang) dan Clara Kartika (@claraksu) yang akan menjadi pembawa acara LAZADA Cyber Combat Season 2 untuk episode yang memainkan game *Mobile Legends Bang Bang* (MLBB), Edelyn (@edelynlyn) dan Riantoro Yoga (@bro_pasta) yang akan menjadi pembawa acara LAZADA Cyber Combat Season 2 untuk episode yang memainkan game *DOTA 2*, Erwin Jingga (@erwinjingga) dan Fendi (@bangpen) yang akan menjadi pembawa acara LAZADA Cyber Combat Season 2 untuk episode yang memainkan game *PUBG Mobile* (PUBGM), serta Dyland Maximus Zidane/DylandPROS (@dylandpros) dan Rafhelya Nufa (@rafhelya) yang akan menjadi pembawa acara LAZADA Cyber Combat Season 2 untuk episode yang memainkan game *FreeFire*. Penulis bertugas sebagai penulis skenario/*streaming script*, atau yang biasa dikenal sebagai *prompter*, di LAZADA Cyber Combat Season 2 selaku *copywriter* dari PT. WHIM Management Indonesia. *Prompter* adalah skenario yang diberikan kepada *host* atau pembawa acara sebagai poin-

poin pengingat ketika membawakan sebuah acara. *Prompter* ini sangat dibutuhkan untuk program-program acara yang diadakan secara langsung/*live* seperti berita, dan *livestream* pun termasuk.

Dokumentasi atau hasil pekerjaan dari LAZADA Cyber Combat Season 2 yang dikerjakan oleh penulis ini dapat dilihat di halaman Lampiran: EVOS Membership Campaign di halaman XXI.



Gambar 3.3.3.1. Poster LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: *Instagram* LAZADA (@lazada_id))

Timeline Kerja LAZADA Cyber Combat Season 2.

Tanggal Mulai : 5 Februari 2020 (*Briefing* dan Masuk Grup *Telegram*).
Tanggal Berakhir : 6 Maret 2020 (Rilis Episode Terakhir).
Hari Kerja : 5 Februari 2020 – 2 Maret 2020 (*Briefing*)
6 Februari 2020 – 12 Februari 2020 (*Ideation*)
13 Februari 2020 – 16 Februari 2020 (*Brainstorming*).

16 Februari 2020 – 2 Maret 2020 (Riset, *Scripting*).

24 Februari 2020 – 5 Maret 2020 (Revisi).

2 Maret 2020 (Rilis *Livestream* Episode 1, *FreeFire*).

3 Maret 2020 (Rilis *Livestream* Episode 2, *FreeFire*).

4 Maret 2020 (Rilis *Livestream* Episode 3, *DOTA 2*).

5 Maret 2020 (Rilis *Livestream* Episode 4, *MLBB*).

6 Maret 2020 (Rilis *Livestream* Episode 5, *PUBGM*).

3.3.3.1. Proses Pelaksanaan

a. Briefing

Briefing diberikan dari divisi *project* dan *account executive* PT. WHIM Management Indonesia kepada divisi dan tim konten kreatif, termasuk penulis selaku *copywriter* bersama dengan *creative manager* dan *project manager* beserta tim desain, sosial media, dan produksi, serta tim lainnya yang *diassign* untuk mengerjakan LAZADA Cyber Combat Season 2. *Creative brief* yang diberikan adalah perihal program acara apa yang ingin LAZADA lakukan bersama dengan EVOS *Esports* dan PT. WHIM Management Indonesia yang akan mengeksekusi proyek dan program acara LAZADA Cyber Combat Season 2. Yang tercantum dalam *creative brief* tersebut adalah *timeline*, persiapan, nama-nama *streamer*, dan segala hal rinci lainnya yang butuh untuk diketahui semua divisi dan tim PT. WHIM Management Indonesia yang akan mengerjakan LAZADA Cyber Combat Season 2. *Creative brief* yang diberikan langsung kepada penulis selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia sendiri berupa *google sheets* yang berisi *timeline*, *rundown*, dan hal-hal lainnya yang perlu dibagikan kepada penulis untuk dapat mengerjakan *script* atau *prompter* LAZADA Cyber Combat Season 2 untuk dapat menyesuaikannya dengan program acara yang sudah disiapkan divisi *project* PT. WHIM Management Indonesia yang mendapatkan *brief*

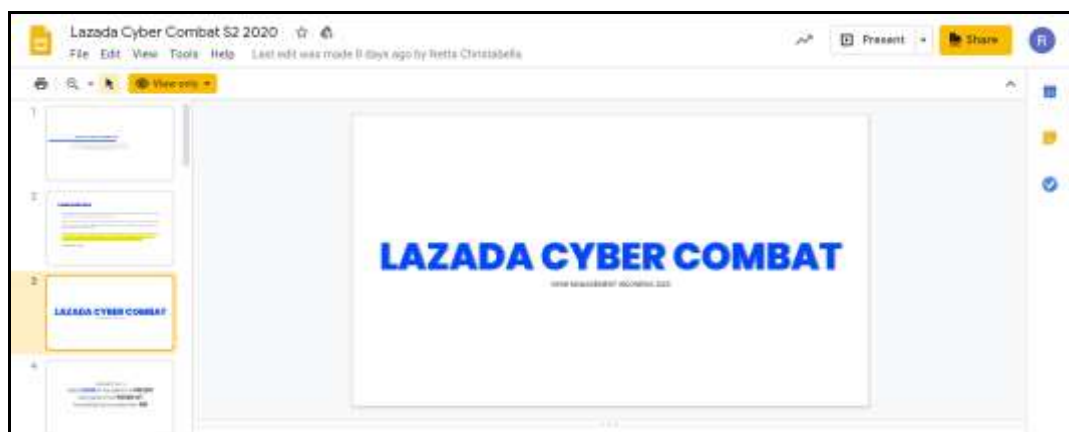
awalnya dari pihak LAZADA sendiri. *Creative brief* dari LAZADA Cyber Combat Season 2 adalah akan ada program acara *livestream* di aplikasi LAZADA yang mengajak *audience* untuk bisa ditemani dan bermain bersama dengan *streamers* yang sekaligus *host* di setiap episode, di mana *streamers* ini adalah *pro-player* dan *roaster* dari EVOS Esports, selama durasi dua jam. LAZADIANS yang bisa MABAR dengan *streamers* jumlahnya terbatas, tetapi mereka yang menang di setiap *game* akan berkesempatan memenangkan hadiah persembahan dari LAZADA dan EVOS Esports apabila LAZADIANS terpilih ini dapat mengalahkan salah satu *streamer* yang akan bermain bersama mereka dengan mata tertutup sementara *streamer* yang satunya memberikan instruksi kepada *co-hostnya*. Selama program acara *livestream* dua jam itu juga akan dilakukan promosi untuk LAZADA seperti LazMall, dan dari EVOS Esports sendiri seperti EVOS Membership dan EVOSGOODS. Berikut adalah catatan pribadi penulis ketika menerima *creative brief* dari LAZADA Cyber Combat Season 2 yang diberikan oleh divisi *account executive* kepada penulis dan tim produksi PT. WHIM Management Indonesia:

```
LAZADA.  
-cybercombat(7)  
-timeline  
  
script:  
-ideation  
-timeline  
  
FOR DITO. (yg ngerjain)  
  
5 camp live stream (lazada cybercombat - kasih no serial ex: 1.0, 3.0, 4.0)  
  
LAZADA FEBUARI 24 - MARET 6 (weekday only)  
-announce partnership LAZADA dan EVOS  
-voucher diskon untuk beli evosgoods  
-tambah game DOTA dan PUBGM  
-rundown script -cutting point, - soft selling  
-smartphone, bukan diamond....dan coach jacket (4) untuk highest score  
-live instagram (10 min), no YT  
  
download lazada
```

Gambar 3.3.3.1.1. Catatan *Creative Brief* pribadi penulis.
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. *Ideation dan Brainstorming.*

Tahap ini adalah tahap di mana penulis, selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia, mendiskusikan segala hal yang diperlukan dalam mempersiapkan LAZADA Cyber Combat Season 2. Oleh karena LAZADA Cyber Combat sendiri sudah pernah dilakukan sebelumnya dengan PT. WHIM Management Indonesia dan EVOS *Esports*, tidak banyak hal yang harus didiskusikan lagi karena penulis, tim, dan divisi tinggal mengikuti referensi LAZADA Cyber Combat pertama dan memodifikasi serta menyesuaikannya dengan rencana program yang sudah disiapkan tim dan divisi *project* untuk LAZADA Cyber Combat Season 2. Nama program acara ini sendiri dicetuskan pada tahap ini bersama-sama dengan segenap tim dan divisi konten kreatif bersama dengan divisi *project* PT. WHIM Management Indonesia bersama dengan penulis sendiri selaku *copywriter*. Berikut adalah konsep *creative brief* dan *treatment* yang dikerjakan oleh divisi *account executive* dan tim produksi yang mengerjakan proyek LAZADA Cyber Combat Season 2 bersama dengan penulis selaku *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia dalam proyek program acara dengan *e-commerce* LAZADA sebagai klien:

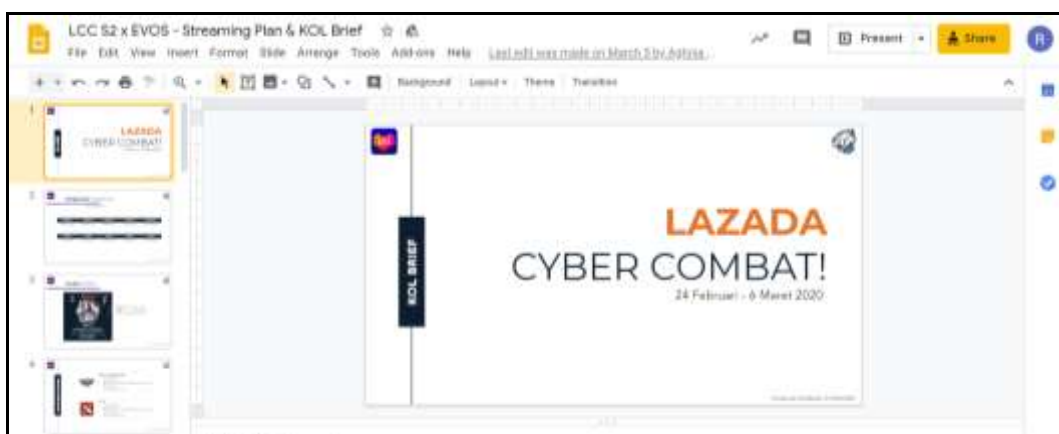


Gambar 3.3.3.1.2. Konsep *Brief* dan *Treatment* LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: Dokumen *Account Executive Department* PT. WHIM Management Indonesia)

c. Riset dan Pra-Produksi.

Tahap ini adalah tahap di mana penulis mulai melakukan riset dan meminta *template* penulis *script* dan *prompter* dari LAZADA Cyber Combat pertama sebelumnya untuk memudahkan proses penulisan/pengerjaan (*scripting*). Penulis juga melakukan riset terhadap setiap *game*, dari *MLBB*, *PUBGM*, *DOTA 2*, dan *FreeFire*, mengenai fitur-fitur dan peraturan bermain setiap *game* yang memiliki konsep permainan berbeda (*first person shooter*, *MOBA*, dan sebagainya). Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan apa yang akan penulis tuliskan di *prompter* untuk *streamer* sebagai *host* di hari *livestream* dan mereka bicarakan ketika *livestream*. Penulis akan membuat poin-poin dialog seputar masing-masing *game* dan oleh karenanya harus paham mengenai konsep-konsep dasar setiap *game*. Di sini penulis juga mengerjakan *talent deck* yang berisikan *Standard Operating Procedure* (SOP) bagi *talent* yang adalah *streamer* dan *host* LAZADA Cyber Combat Season 2 dari *pro-player* dan *roaster* EVOS Esports. *Talent deck* ini akan dibagikan kepada semua *streamers* tersebut ketika isi *talent deck* sudah diapprove dan sesuai dengan permintaan serta *quality check/control* dari divisi *project* dan para *account executive* PT. WHIM Management Indonesia yang menyesuaikan *brief* awal dari klien, LAZADA. Berikut adalah *Key Opinion Leader* (KOL) *brief* atau *brief* yang lebih difokuskan pembahasannya mengenai *talent* yang direncanakan menjadi *streamers* di LAZADA Cyber Combat Season 2. *Brief* ini diberikan kepada divisi *talent management* dan tim produksi PT. WHIM Management Indonesia sendiri dari *account executive* yang semuanya ditugaskan dalam pengerjaan LAZADA Cyber Combat Season 2. *Key Opinion Leader* (KOL) *brief* berbeda dari *talent deck*, karena *talent deck* lebih diberikan kepada *talent* itu sendiri sebagai *brief* untuk para *streamers* yang adalah *roasters* dan *pro-players* EVOS Esports. *Key Opinion*

Leader (KOL) *brief* juga dijadikan sebagai bahan riset oleh penulis dalam membuat skenario LAZADA Cyber Combat Season 2, karena di dalam *Key Opinion Leader* (KOL) *brief* ini berisikan profil dari para *talent* dan dari sana penulis bisa melakukan riset lebih terhadap karakter masing-masing dari para *streamers* lewat riset di *YouTube* dan *channel-channel* pribadi para *talent* di berbagai *platform* untuk mengetahui karakteristik semua *talent*, baik dari cara bicara hingga cara bermain *game* dari setiap *talent*:

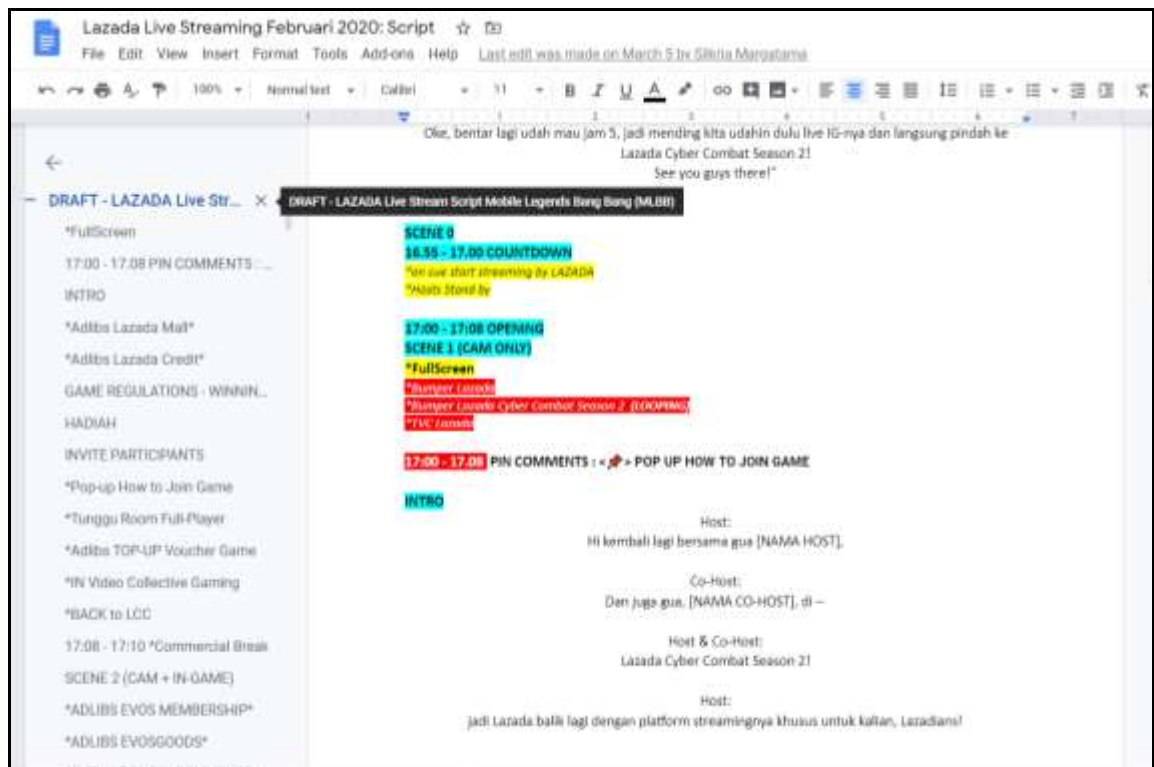


Gambar 3.3.3.1.3. KOL Brief LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: Dokumen Account Executive Department PT. WHIM Management Indonesia)

d. Penulisan/Pengerjaan (*Scripting*).

Tahap penulisan/pengerjaan (*scripting*) LAZADA Cyber Combat Season 2 adalah proses pengerjaan skenario dan *prompter* LAZADA Cyber Combat Season 2 itu sendiri. Penulisan skenario mengikuti *template* yang sudah diminta oleh penulis dan dilakukan modifikasi ulang tergantung dan menyesuaikan dengan kebutuhan LAZADA Cyber Combat Season 2. Skenario dan *prompter* yang dibuat mengikuti *rundown* yang sudah dibuat oleh divisi *project*, dan dalam skenario tertera secara lengkap jam dan waktu sesuai *rundown* yang berisikan apa saja yang harus dilakukan *streamers* sesuai *talent deck* dan tim saat *livestream*. Baik waktu *pin comment* muncul di *livestream*, *talking point streamers*, poin-poin catatan, dan segala hal

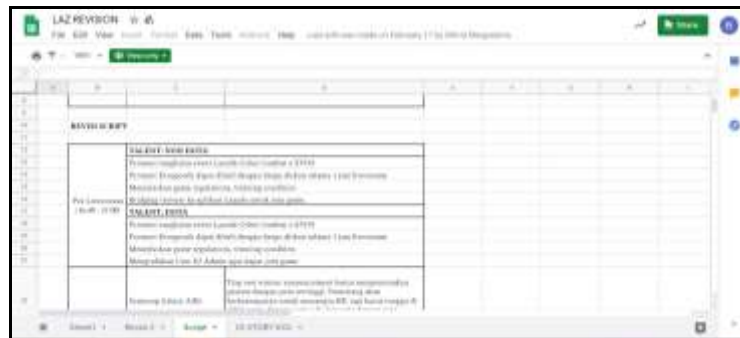
yang akan terjadi dalam *livestream* dengan durasi 2 jam tersebut. Skenario pun dibuat sebanyak empat buah skenario dan *prompter*, mengikuti jumlah *game* yang ada dalam LAZADA Cyber Combat Season 2 (*MLBB*, *PUBGM*, *DOTA 2*, dan *FreeFire*), karena setiap *game* memiliki skenario yang berbeda oleh karena durasi permainan per *game* yang berbeda-beda. Ada *game* yang hanya bisa dimainkan satu kali karena durasi yang panjang seperti *DOTA 2*, dan ada yang bisa dimainkan sampai tiga dan empat kali karena durasinya lebih singkat seperti *PUBGM*, *FreeFire*, dan *MLBB*. Skenario tersebut juga berisikan *prompter* mengenai hadiah untuk LAZADIANS yang menang setelah MABAR dengan *streamers*, waktu *break*, dan *adlibs* yang berisikan iklan-iklan sponsor dari LAZADA dan EVOS Esports sendiri seperti mempromosikan EVOSGOODS dan EVOS Membership Card. Skenario itu akan menjadi pedoman segenap tim produksi dan juga *streamers* sekaligus *host*, yang merupakan *pro-player* dan *roaster* dari EVOS Esports, yang akan melaksanakan *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 di masing-masing tanggal dan rilisnya lima episode Lazada Cyber Combat Season 2. Berikut adalah salah satu penggalan *script* dari LAZADA Cyber Combat Season 2 yang dikerjakan oleh penulis yang mengikuti setiap *brief* yang diberikan kepada penulis sesuai dengan konsep dan perencanaan yang dibuat oleh *account executive* dan tim produksi yang turut mengerjakan proyek ini di PT. WHIM Management Indonesia. Di dalam *script* tersebut dapat dilihat isi dialog yang akan diucapkan *streamers* sebagai *prompter* mereka ketika melakukan *livestream* di hari produksi, catatan *timecode* sesuai dengan *rundown* yang berisikan apa yang harus dilakukan di setiap jamnya, *adlibs* atau pesan sponsor yang akan dibawa oleh *streamers* selaku *host*, dan semua hal lainnya yang ada dalam program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2:



Gambar 3.3.3.1.4. Script LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: Dokumen *copywriter* PT. WHIM Management Indonesia)

e. *Submission/Submisi untuk Delivery, dan Revisi.*

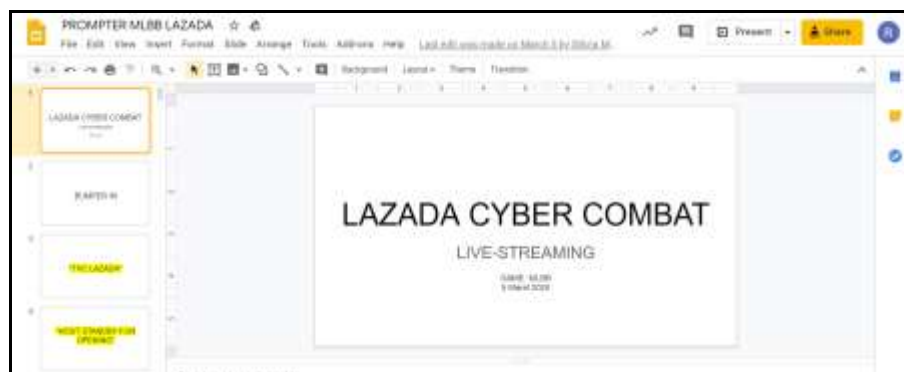
Delivery dilakukan oleh penulis ke dalam grup *Telegram Messenger* langsung dan kepada para *account executive* dari divisi *project* yang bertanggung jawab langsung terhadap program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 sendiri. Revisi dilakukan ketika ada kesalahan dan ketidaksesuaian pada skenario dengan rencana program acara divisi *project* PT. WHIM Management Indonesia untuk program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2. Berikut adalah revisi yang diberikan oleh *account executive* dan supervisi dari proyek program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 yang diberikan kepada penulis setelah ditemukan adanya kekurangan atau kesalahan pada *script* yang dibuat dan disubmisi oleh penulis kepada supervisi LAZADA Cyber Combat Season 2:



Gambar 3.3.3.1.5. Revisi *Script* LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: Dokumen *Account Executive Department* PT. WHIM Management Indonesia)

f. *Cover-Up*.

Tahap ini dilakukan apabila ada perubahan poin pada *rundown*, *prompter*, dan hal-hal lainnya yang sudah dibuat oleh divisi *project* sebelumnya dan terjadi penyesuaian baru. Rencana program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 ini terkadang bisa datang dari klien atau pihak EVOS *Esports* sendiri yang menemukan kendala pada segala hal seperti jadwal ketersediaan *talent*, *budget*, perubahan *brief* dari pihak LAZADA langsung. Berikut adalah *prompter* yang berfungsi sebagai rangkuman dari setiap isi *script* sesuai *rundown*. *Prompter* ini dibuat oleh *account executive* dengan mengikuti *script* yang dibuat penulis untuk LAZADA Cyber Combat Season 2. Apabila ada *cover-up*, *account executive* di tahap ini akan merubah *prompter*-nya dan penulis harus melakukan *cover-up*.



Gambar 3.3.3.1.6. *Prompter* LAZADA Cyber Combat Season 2.
(Sumber: Dokumen *Account Executive Department* PT. WHIM Management Indonesia)

3.3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Dari proyek dan pekerjaan program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 ini, terdapat beberapa kendala yang kerap dialami dan dirasakan oleh penulis ketika bekerja sebagai *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia. Berikut beberapa kendala dan masalah tersebut:

a. *Brief* yang sering sekali berubah.

Perubahan pada *creative brief* terjadi oleh karena banyak hal dan faktor, dan dari berbagai pihak yang bekerja di program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 ini. Perubahan-perubahan baik dari pihak PT. WHIM Management Indonesia sendiri, pihak EVOS *Esports*, dan bahkan pihak LAZADA sendiri. Seperti ketersediaan *talent* dari EVOS *Esports* yang tiba-tiba tidak ada dan tidak bisa untuk menjadi *host* di salah satu episode LAZADA Cyber Combat Season 2, *rundown* yang berubah dengan durasi di *brief* pertama yang sebanyak satu jam menjadi dua jam, jenis hadiah-hadiah yang akan diberikan berubah, hingga *timeline livestream* yang seharusnya sebanyak sepuluh episode dan dilakukan selama dua minggu berganti menjadi lima episode dan seminggu saja sebagai *timeline final* dari LAZADA Cyber Combat Season 2.

b. Kurang koordinasi dengan *copywriter*.

Terkadang, perubahan-perubahan yang terjadi tidak selalu langsung dikabarkan dan dikoordinasikan dengan penulis selaku *copywriter*, sehingga terkadang belum tahu mengenai perubahan yang terjadi dan seharusnya melakukan revisi terhadap skenario dan *prompter* karena perubahan tersebut sangat berpengaruh terhadap skenario dan *prompter* yang dibuat oleh penulis. Penulis baru mengetahui tentang perubahan tersebut ketika penulis memeriksa sendiri *google sheet* yang berubah dan menanyakan tentang perubahan yang tidak dikoordinasikan dengan penulis tersebut kepada pihak supervisi.

3.3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala-kendala yang ditemukan, penulis berhasil menemukan solusi terbaik bagi masing-masing kendala tersebut dan membuat pekerjaan penulis tetap lancar setiapnya. Solusi-solusi yang ditemukan bagi kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Penulis harus cepat dan tanggap dalam revisi.

Penulis harus langsung merubah dan melakukan revisi terhadap skenario dan *prompter* secepat mungkin dengan segera seketika ketika perubahan dan revisi diberikan pihak supervisi LAZADA Cyber Combat Season 2. Hal ini membuat penulis harus memprioritaskan pengerjaan LAZADA Cyber Combat Season 2 di kantor selama masa tersebut dan teliti terhadap setiap dari keempat skenario dan *prompter* kelima episode LAZADA Cyber Combat Season 2.

- b. Penulis harus pro-aktif.

Penulis menjadi lebih sering menanyakan tentang perkembangan, *update*, dan *follow up* tentang program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 kepada pihak-pihak supervisi, baik dari tim dan divisi konten kreatif maupun *account executive* dari divisi *project* PT. WHIM Management Indonesia. Dengan menjadi pro-aktif, penulis dapat mengetahui jika adanya perubahan pada program acara *livestream* LAZADA Cyber Combat Season 2 yang terjadi tetapi belum atau lupa dikoordinasikan dengan penulis selaku *copywriter* di PT. WHIM Management Indonesia. Sikap ini akan sangat membantu penulis untuk tetap tanggap dan tangkas mengerjakan revisi yang muncul dari faktor-faktor eksternal. Selain itu, ini adalah salah satu bentuk karakter inisiatif yang adalah positif, berguna, dan diharapkan di dunia kerja sebagai sifat kerja profesional dan dikenal sebagai karyawan dengan etis kerja yang baik.